

うつ情報提供サイトの利用特徴と理解促進への効果

◆サービス名：うつ・いっぽ・いっぽ ◆報告者：川崎舞子

◆目的

ソーシャル ICT を活用し、うつ病の適切な理解を安心できる環境で手軽に得ることができる情報提供 web サイトを開発し、サイトの利用特徴、およびサイト閲覧前後でのユーザーのうつに対する理解の変化を調査することを目的としました。

◆方法

①サービス開発：

2013 年 1 月～7 月に開発を行いました。うつ症状をクイズ形式で提示し、ユーザーが自身の状態をチェックするセルフチェックページを設けました。FAQ 方式で詳細なうつ病の理解と、自分や周囲にうつ病の疑いがみられた場合の対応について情報を提供しました。見やすく、読みやすくするため、文字数やページ遷移の検討を重ねました。

②サービスの有効性の検討：

訪問状況や閲覧ページの遷移などの解析は、google analytics を用いて行いました。また、2013 年 12 月に、18～59 歳の男女 1000 名にインターネット調査を行いました。サイト閲覧前に、うつの理解や親和性、個人的スティグマ尺度などを調査し、閲覧後に同様のスティグマ尺度、および web サイトの評価項目に回答してもらいました。

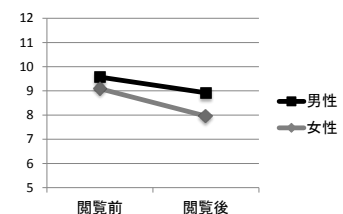
◆結果

①最も多く見られていたページは「うつの回復」に関するページ：

サイト閲覧状況では、うつ病の回復過程に関するページ「うつの回復はどのように進みますか？」が最も多く見られていました。回復過程と、実際にうつになったときの具体的な対処方法への関心が高いことが示唆されました。

②閲覧前後でスティグマ尺度得点が低下：

スティグマ尺度について、サイト閲覧前後×性別の 2 要因混合計画の分散分析を行った結果、有意な交互作用が示されました($F(1, 998) = 8.18, p < .01$)。単純主効果を検討したところ、その効果は比較的女性の方が大きい結果となりました。



男女どちらにおいてもサイト閲覧後にはスティグマ尺度得点が低下していたことから、「うつ・いっぽ・いっぽ」はうつ病の理解促進に寄与すると考えられます。